

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN SISTEM BAGI HASIL TERHADAP
KEPUTUSAN PEMILIHAN PRODUK DEPOSITO MUDHARABAH DENGAN
PEMODERASI RELIGIUSITAS DI BANK JATIM SYARIAH MALANG**

TESIS

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Studi Magister Manajemen**



Disusun oleh:

Vico Putri Nilam Sari

201620280211055

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

JANUARI 2020

TESIS

Dipersiapkan dan disusun oleh :

VICO PUTRI NILAM SARI
201620280211055

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada hari/tanggal, Sabtu/ 4 Januari 2020
dan dinyatakan memenuhi syarat sebagai kelengkapan
memperoleh gelar Magister/Profesi di Program Pascasarjana
Universitas Muhammadiyah Malang

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Ketua : Dr. Eko Handayanto, MM
Sekretaris : Dr. Widayat, MM
Penguji I : Dr. Marsudi
Penguji II : Dr. Rahayu Puji Suci

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN SISTEM BAGI HASIL
TERHADAP KEPUTUSAN PEMILIHAN PRODUK
DEPOSITO MUDHARABAH DENGAN PEMODERASI
RELIGIUSITAS DI BANK JATIM SYARIAH MALANG**

Diajukan oleh :


VICO PUTRI NILAM SARI

201620280211055

Telah disetujui

Pada hari/tanggal, Sabtu/ 4 Januari 2020

Pembimbing Utama

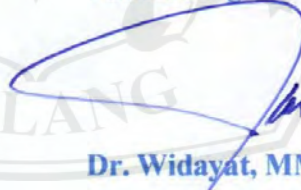


Dr. Eko Handayanto, MM

Direktur
Program Pascasarjana



Pembimbing Pendamping



Dr. Widayat, MM

Ketua Program Studi
Magister Manajemen



Dr. Eko Handayanto, MM

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : **Vico Putri Nilam Sari**
NIM : **201620280211055**
Program Studi : **Magister Manajemen**

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. TESIS dengan judul : **PENGARUH KEPERCAYAAN DAN SISTEM BAGI HASIL TERHADAP KEPUTUSAN PEMILIHAN PRODUK DEPOSITO MUDHARABAH DENGAN PEMODERASI RELIGIUSITAS DI BANK JATIM SYARIAH MALANG** Adalah karya saya dan dalam naskah Tesis ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian maupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dalam daftar pustaka.
2. Apabila ternyata dalam naskah Tesis ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur **PLAGIASI**, saya bersedia Tesis ini **DIGUGURKAN** dan **GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN**, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.
3. Tesis ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan **HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF**.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 4 Januari 2020
Yang menyatakan,



[Signature]
Vico Putri Nilam Sari

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan Rahmat dan Hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan usulan penelitian Tesis Sarjana S-2 dengan judul “Pengaruh Kepercayaan Dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Keputusan Pemilihan Produk Deposito Mudharabah dengan Pemoderasi Religiusitas di Bank Jatim Syariah Malang”.

Selama proses penyusunan Tesis ini penulis mendapatkan bimbingan, arahan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Fauzan, M.Pd, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang
2. Akhsanul In'am, Ph.D, selaku *Direktur Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Malang*
3. Dr. Eko Handayanto, MM, selaku *Kaprodi Magister Manajemen Sekaligus Dosen Pembimbing Utama* dan Dr. Widayat, MM, selaku Dosen Pembimbing Pendamping Tesis yang telah meluangkan waktu dan dengan penuh kesabaran memberikan bimbingan dan arahan yang sangat bermanfaat sehingga Tesis ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. *Semua Dosen Program Magister Manajemen dan Tenaga Kependidikan Direktorat Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Malang*
5. *Ibu tercinta Luluk Yuli P dan ayah tercinta Supaat Junaedi* yang telah mendoakan dan yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materiil, kepercayaan, kesabaran, pengorbanan, serta doa dan kasih sayang yang tak terhingga kepada penulis.
6. Serta teman seangkatan tahun 2016 atas kebersamaan, kerjasama yang baik, bantuan, dan dorongannya. Kompak selalu.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan, dan dukungannya. Semoga kebaikan kalian dibalas oleh Allah SWT.

Harapan penulis semoga tesis ini dapat membantu menambah pengetahuan dan pengalaman bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya.

Malang, 4 Januari 2020

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
DAFTAR LAMPIRAN.....	vi
ABSTRAK	vii
A. PENDAHULUAN.....	1
1. Latar Belakang	1
2. Rumusan Masalah	5
3. Tujuan Penelitian.....	5
4. Manfaat Penelitian.....	6
B. TINJAUAN PUSTAKA	6
1. Dasar Teori.....	6
2. Keputusan Pemilihan Produk.....	6
3. Kepercayaan dan Keputusan Pemilihan Produk.....	7
4. Sistem Bagi Hasil dan Keputusan Pemilihan Produk	9
5. Religiusitas, Kepercayaan, Sistem Bagi Hasil dan Keputusan Pemilihan Produk	11
6. Kerangka Konseptual Penelitian.....	12
C METODE PENELITIAN.....	13
1. Jenis Penelitian.....	13
2. Populasi dan Sampel	13
3. Data dan Sumber Data	13
4. Teknik Pengumpulan Data.....	14
5. Pengujian Instrumen	14
a. Uji Validitas	14
b. Uji Reliabilitas	15
6. Definisi Operasional Variabel.....	15

a. Kepercayaan.....	15
b. Sistem Bagi Hasil.....	16
c. Religiusitas.....	16
d. Keputusan Pemilihan Produk Deposito Mudharabah	16
7. Alat Analisis.....	16
8. Uji Hipotesis	19
D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	19
1. Deskripsi Responden	19
2. Hasil Analisis Sem-Pls.....	21
a. Pengukuran dan Kelayakan Model	21
b. Uji Hipotesis	22
3. Pembahasan	25
a. Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Pemilihan Produk	23
b. Pengaruh Sistem Bagi Hasil terhadap Keputusan Pemilihan Produk	24
c. Religiusitas Memoderasi Pengaruh Kepercayaan pada Keputusan Pemilihan Produk	24
d. Religiusitas Memoderasi Pengaruh Sistem Bagi Hasil pada Keputusan Pemilihan Produk	25
E. KESIMPULAN DAN SARAN	25
1. Kesimpulan	25
2. Saran	26
DAFTAR PUSTAKA.....	27

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Hasil Uji Validitas	14
Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas.....	15
Tabel 3 Deskripsi Responden responden.....	20
Tabel 4 Hasil Analisis SEM-PLS	21
Tabel 5 T-statistik dan P-values.....	22



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Konseptual.....	12
Gambar 2 <i>Outer</i> Model.....	17
Gambar 3 <i>Inner</i> Model.....	17
Gambar 4 Model T - Values	23



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	32
Lampiran 2 Hasil Olah data validitas.....	34
Lampiran 3 Hasil Olah data reliabilitas	34
Lampiran 4 Hasil Olah data Model T-Value	34



**Pengaruh Kepercayaan dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Keputusan Pemilihan
Produk Deposito Mudharabah dengan Pemoderasi Religiusitas
di Bank Jatim Syariah Malang**

Vico Putri Nilam Sari

vicoputri@gmail.com

Dr. Eko Handayanto, M. M (NIDN. 0023056801)

Dr. Widayat, M. M (NIDN. 0702046801)

Magister Manajemen, Universitas Muhammadiyah Malang
Malang, Jawa Timur, Indonesia

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan dan sistem bagi hasil terhadap keputusan pemilihan produk dan pengaruh kepercayaan dan sistem bagi hasil yang dimoderasi oleh religiusitas terhadap keputusan pemilihan produk. Metode analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Modelling-Partial Least Squares (SEM-PLS)*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden nasabah Deposito Mudharabah di Bank Jatim Syariah Malang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif variabel kepercayaan dan variabel sistem bagi hasil terhadap keputusan pemilihan produk. Religiusitas mampu memoderasi pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pemilihan produk namun tidak memoderasi pengaruh sistem bagi hasil terhadap keputusan pemilihan produk.

Kata Kunci : kepercayaan, sistem bagi hasil, religiusitas, keputusan pemilihan produk

***The Effect Of Trust and System For Results On The Decision Of Selection Of
Mudharabah Deposito Products With Religiusity Modering
in The Bank Jatim Syariah Malang***

Vico Putri Nilam Sari

vicoputri@gmail.com

Dr. Eko Handayanto, M. M (NIDN. 0023056801)

Dr. Widayat, M. M (NIDN. 0702046801)

Magister Manajemen, Universitas Muhammadiyah Malang
Malang, Jawa Timur, Indonesia

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of trust and profit sharing systems on product selection decisions and the influence of trust and profit sharing systems moderated by religiosity on product selection decisions. The analytical method used is Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS). The sample used in this study were 100 respondents Mudharabah Deposit customers in Bank Jatim Syariah Malang. The results of this study indicate that there is a positive influence of the variable trust and the system variable for the results on product selection decisions. Religiosity is able to moderate the influence of trust on product selection decisions but does not moderate the effect of the profit sharing system on product selection decisions

Keywords: *trust, profit sharing system, religiosity, product selection decisions*

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Proses pengambilan keputusan diawali oleh adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan sampai pada tahap pengambilan keputusan (Marlina, 2018). Tahapan pengambilan keputusan meliputi pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian (Kotler & Keller, 2009). Proses pengambilan keputusan oleh nasabah dimulai dari pengumpulan informasi dari lingkungan eksternal, lalu informasi tersebut diinterpretasikan oleh nasabah. Proses interpretasi ini membutuhkan penerimaan terhadap informasi dan meliputi dua proses kognisi yaitu *attention* dan *comprehension*. Melalui proses *attention* nasabah memilih informasi mana yang diperlukan, kemudian pada proses *comprehension* nasabah menentukan makna subjektif yang menciptakan pengetahuan dan keyakinan. Kombinasi antara proses *attention* dan *comprehension* akan menciptakan faktor pencetus pengambilan keputusan (Endah, 2018).

Keputusan memilih bank syariah didasari adanya pandangan bahwa bunga (*interest*) pada bank konvensional hukumnya haram karena termasuk dalam kategori riba yang tidak diperbolehkan oleh agama Islam (Mulyana, 2018). Hal ini berdampak pada nasabah muslim, namun faktor ini membuat suatu kejelasan bahwa dana yang digunakan dalam pembiayaan atau kredit tidak boleh bertentangan dengan syariat Islam. Persepsi nasabah terhadap nilai-nilai agama akan menjadi preferensi atas dasar hal tersebut untuk memilih transaksi di bank syariah (Dewi & Satria, 2017). Berdasarkan penjelasan di atas dapat diindikasikan bahwa mayoritas muslim memilih bank syariah (Silviana & Putra, 2017).

Soma, Primiana, Wiryo, & Febrian (2017) menjelaskan enam elemen penting yang mempengaruhi keputusan pembelian di Bank Syariah Bangladesh, yaitu efisiensi perusahaan, kepatuhan pada peraturan Islam, kenyamanan, perbankan inti, kepercayaan, dan keuntungan biaya. Menurut Yuana (2018) variabel yang mempengaruhi pengambilan keputusan memilih bank syariah adalah religiusitas, bagi hasil, dan pengaruh sosial (*influences*). Huseini (2018) berpendapat bahwa harga, tempat dan promosi mempengaruhi keputusan nasabah untuk menjadi nasabah perbankan syariah di Indonesia, sedangkan variabel produk tidak mempengaruhi keputusan mereka untuk memilih perbankan syariah.

Berdasarkan hasil-hasil penelitian terdahulu dapat diindikasikan bahwa variabel yang mempengaruhi keputusan pemilihan produk antara lain kepercayaan, religiusitas dan sistem bagi hasil. Variabel-variabel tersebut dijadikan variabel yang mempengaruhi keputusan memilih bank syariah dalam penelitian ini.

Kepercayaan dapat dikatakan sebagai keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang diinginkan dari pihak lain (Salim, 2018). Dalam bisnis untuk membangun kepercayaan, seorang pengusaha harus mampu berbuat jujur dan adil baik terhadap dirinya maupun terhadap orang lain (Hamid, Sumarni, & Purwaliani, 2018). Faktor inilah yang digunakan oleh perbankan syariah untuk meningkatkan hubungan dengan nasabah (Karsono, 2008). Kepercayaan akan timbul apabila produk yang dibeli oleh nasabah sesuai dengan harapan nasabah (Ariyan, 2013).

Bisnis perbankan merupakan bisnis kepercayaan, oleh karena itu sistem pengelolaan wajib didasarkan pada prinsip kehati-hatian untuk menjaga kepercayaan nasabah terhadap bank (Ahmad, 2018). Ketika masyarakat sudah menggunakan produk suatu bank syariah berulang kali, maka nasabah tersebut telah memiliki rasa kepercayaan yang tinggi (Mulazid, 2018). Dalam kegiatan pemasaran, perbankan syariah harus mampu menarik minat dan kepercayaan calon nasabah untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan (Wijaya & Ariyani, 2018).

Andespa (2016) menjelaskan bahwa perbankan syariah memegang peranan yang penting, dapat dibuktikan dengan kepercayaan masyarakat yang semakin tinggi kepada bank syariah. Nasabah akan menabung di bank syariah apabila dilandasi oleh unsur kepercayaan, begitu pula bank akan menyalurkan dananya kepada nasabah apabila ada unsur kepercayaan (Sani, Amboningtyas, & Yulianeu, 2018). Bank syariah harus meneladani sifat sifat Rasulullah diantaranya *siddiq, amanah, fathonah, tabligh* agar membentuk kepercayaan nasabah (Anggraeni, 2015).

Mulyana (2018) menjelaskan bahwa nasabah belum sepenuhnya percaya terhadap kemampuan bank syariah. Citra bank syariah masih dianggap sama seperti bank konvensional yang melegalkan riba namun berbeda konsep (Ningsih, 2012). Selain itu masyarakat terlebih dahulu mengenal sistem suku bunga daripada sistem bagi hasil (Wahyudi, 2018).

Darmawati, Subekti, Setyawati, & Sumarsono (2018) menjelaskan bahwa nasabah memilih bank berdasarkan pelayanan yang diberikan serta lokasi yang dekat dengan tempat tinggal. Azis (2018) memiliki pendapat yang sama yaitu nasabah

memilih bank berdasarkan pelayanan dan produk yang ditawarkan. Bank konvensional dan bank syariah memiliki karakteristik yang sama, yang membedakan hanyalah produk yang ditawarkan (Yuwono & Riyadi, 2018).

Religiusitas adalah tingkat keterikatan individu dalam mengimplementasikan ajaran-ajaran agama yang dianutnya dengan cara mengintegrasikan berbagai ajaran agama ke dalam kehidupan sehari-hari (Dharma, Agusti, & Kurnia, 2016). Religiusitas juga dapat diartikan dengan seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan dan seberapa banyak pelaksanaan ibadah dalam penghayatan agama yang dianutnya (Amiruddin & Abdullah, 2018). Jadi religiusitas dapat diidentifikasi integrasi secara kompleks antara pengetahuan agama, perasaan serta tindakan dalam diri seseorang (Zuhirsyan & Nurlinda, 2018).

Bank Syariah tidak lepas dari Religiusitas nasabah yaitu suatu keadaan yang ada di dalam diri seseorang yang mendorong tingkah laku, sikap, dan tindakan sesuai ajaran agamanya (Khotimah, 2018). Lembaga perbankan syariah ini termasuk ke dalam aspek syariat yang berhubungan dengan kegiatan *muamalah* yaitu semua transaksi diperbolehkan kecuali yang diharamkan menurut syariat Islam (Rinuastuti, Darwini, Agustiani, & Andilolo, 2018). Bagi seorang muslim riba merupakan sesuatu yang diharamkan karena merupakan perbuatan yang mengeksploitasi sesama manusia (Budiono, 2017).

Mayoritas muslim lebih memilih bank syariah daripada bank konvensional, hal ini dipicu oleh keinginan nasabah yang memiliki prinsip agama yang tinggi (Weill, 2011). Syariat Islam yang terdapat di bank syariah menjadi pertimbangan utama nasabah dalam memilih produk bank syariah (Yulianti, 2015). Hal inilah yang menyebabkan bank syariah lebih berupaya untuk memaksimalkan fitur-fitur penting mereka sesuai dengan kebutuhan nasabah (Awan & Shahzad, 2011).

Adawiyah (2015) mengungkapkan bahwa religiusitas bukanlah faktor yang penting dalam pemilihan perbankan syariah, melainkan sistem bagi hasil lah yang menjadi faktor utama dalam pemilihan produk di bank syariah. Nasabah menyadari adanya konsep bank konvensional yang bertentangan dengan ajaran agama Islam, namun hal tersebut memiliki pengaruh yang tidak signifikan pada keputusan pemilihan jasa perbankan (Rivai & Si, 2006). Anam (2017) menjelaskan bahwa nasabah lebih memilih perbankan konvensional daripada perbankan syariah.

Ismanto (2018) menjelaskan bahwa religiusitas tidak menjadi pertimbangan nasabah dalam memilih bank syariah, namun produk dan layananlah yang utama. Selain produk, sistem bagi hasil juga mempengaruhi nasabah dalam memilih bank syariah (Ghozi, Ramli, & Setyani, 2018). Begitu pula dengan Anam (2017) menjelaskan bahwa religiusitas tidak berpengaruh terhadap keputusan pemilihan bank syariah.

Secara empiris variabel religiusitas telah terbukti memoderasi pengaruh stress dan kesehatan (Reutter & Bigatti, 2014). Dalam penelitian Rounding, Jacobson, & Hart (2015) terbukti bahwa religiusitas memoderasi pengaruh ketidakpastian kausal pada hubungan *dysphoria* orangtua anak. Dalam penelitian lain, religiusitas memoderasi hubungan antara *self-efficacy* dan stres traumatis (Israel, Kaplan, Noy, & Kashy, 2016). Dalam penelitian ini variabel religiusitas diperankan sebagai moderator, yang memoderasi pengaruh kepercayaan dan sistem bagi hasil terhadap keputusan pemilihan Produk Deposito Mudharabah di Bank Jatim Syariah Malang.

Dalam perjanjian bagi hasil yang disepakati adalah pembagian hasil atau sering disebut dengan istilah nisbah bagi hasil. Nisbah bagi hasil ditentukan berdasarkan kesepakatan pihak-pihak yang bekerja sama (Yahya & Agunggunanto, 2011). Religiusitas merupakan aturan-aturan yang harus dipatuhi dan dilaksanakan oleh segenap pemeluknya. Menurut Fitriani (2018) dalam religiusitas ini terdapat lima dimensi yaitu dimensi keyakinan, dimensi praktik agama atau ritualistik, dimensi pengalaman, dimensi pengetahuan agama, dan dimensi konsekuensi.

Menurut Kotler & Keller (2009) keputusan pemilihan produk adalah proses penelusuran masalah yang berawal dari latar belakang masalah, identifikasi masalah hingga terbentuknya rekomendasi. Kepercayaan adalah keyakinan antara satu pihak dengan pihak lainnya (Morgan & Hunt, 1994). Sistem bagi hasil adalah suatu sistem pengolahan dana dalam perekonomian Islam yaitu pembagian keuntungan antara pemilik modal dan pengelola (Antonio, 2001). Sedangkan religiusitas adalah aturan atau kewajiban yang mengikat seseorang dalam berinteraksi dengan Tuhannya (Rakhmat, 2013).

Untuk mendasari pembahasan hubungan antara variabel-variabel dalam penelitian ini digunakan teori keputusan berasal dari Teori Kemungkinan yang merupakan hasil dari beberapa keputusan yang telah dievaluasi. Terdapat dua metode pada teori keputusan, yaitu keputusan normatif dan keputusan deskriptif. Kepercayaan dibangun atas tiga dimensi yaitu kemampuan, kebaikan hati dan integritas. Tiga

dimensi ini menjadi dasar yang penting dalam membangun kepercayaan seseorang agar dapat mempercayai suatu komitmen tertentu. (Mayer *et al.*, 1995).

Penelitian ini berfokus pada pengaruh kepercayaan dan sistem bagi hasil yang dimoderasi oleh religiusitas terhadap keputusan pemilihan produk deposito mudharabah di Bank Jatim Syariah Malang.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah penelitiannya adalah sebagai berikut:

- a. Apakah kepercayaan mempengaruhi keputusan pemilihan produk di Bank Jatim Syariah Malang?
- b. Apakah sistem bagi hasil mempengaruhi keputusan pemilihan produk di Bank Jatim Syariah Malang?
- c. Apakah religiusitas memoderasi pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pemilihan produk di Bank Jatim Syariah Malang?
- d. Apakah religiusitas memoderasi pengaruh sistem bagi hasil terhadap keputusan pemilihan produk di Bank Jatim Syariah Malang?

3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pemilihan produk di Bank Jatim Syariah Malang.
- b. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh sistem bagi hasil terhadap keputusan pemilihan produk di Bank Jatim Syariah Malang.
- c. Untuk menganalisis dan menguji religiusitas sebagai pemoderasi pengaruh bagi hasil terhadap keputusan pemilihan produk di Bank Jatim Syariah Malang.
- d. Untuk menganalisis dan menguji religiusitas sebagai pemoderasi pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pemilihan produk di Bank Jatim Syariah Malang.

4. Manfaat Penelitian

Manfaat dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat teoritis

Untuk menambah referensi pengetahuan tentang kepercayaan dan religiusitas yang mempengaruhi keputusan nasabah yang dimoderasi oleh sistem bagi hasil. Untuk dijadikan sebagai bahan acuan dan referensi bagi penelitian sejenis yang akan dilakukan dimasa yang akan datang.

b. Manfaat praktis

Bagi Bank Jatim Syariah Malang, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan, informasi tambahan, serta bahan pertimbangan yang mempengaruhi nasabah dalam memilih produk Bank Jatim Syariah Malang.

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. Dasar Teori

Teori keputusan berasal dari teori kemungkinan yang merupakan hasil dari beberapa keputusan yang telah dievaluasi. Terdapat dua metode pada teori keputusan, yaitu keputusan normatif dan keputusan deskriptif. Kepercayaan dibangun atas tiga dimensi yaitu kemampuan, kebaikan hati dan integritas. Tiga dimensi ini menjadi dasar yang penting dalam membangun kepercayaan seseorang agar dapat mempercayai suatu komitmen tertentu. (Mayer *et al.*, 1995). Keharaman bunga dalam syariah membawa konsekuensi adanya penghapusan bunga secara mutlak. Dalam perjanjian bagi hasil yang disepakati adalah promosi pembagian hasil atau sering disebut dengan istilah nisbah bagi hasil. Nisbah bagi hasil ditentukan berdasarkan kesepakatan pihak-pihak yang bekerja sama (Yahya dan Agunggunanto, 2011). Religiusitas merupakan aturan-aturan yang yang harus dipatuhi dan dilaksanakan oleh segenap pemeluknya. Dalam religiusitas ini terdapat lima teori yaitu dimensi keyakinan, dimensi pengalaman, dimensi pengetahuan, dimensi penghayatan.

2. Keputusan Pemilihan Produk

Khoir (2018) menjelaskan bahwa keputusan pemilihan produk adalah proses penelusuran masalah yang berawal dari latar belakang masalah, identifikasi masalah hingga terbentuknya rekomendasi, rekomendasi inilah yang digunakan sebagai pedoman pengambilan keputusan. Tahapan pengambilan keputusan

meliputi pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian (Boer, 2018).

Pengenalan kebutuhan (*problem recognition*), adalah tahap mengidentifikasi akan barang atau jasa yang dibutuhkan. Selanjutnya nasabah akan melakukan pencarian informasi (*information research*). Semakin banyak informasi yang diperoleh, maka tingkat pengetahuan dan kesadaran nasabah akan produk maupun jasa juga akan meningkat. Oleh karena itu nasabah akan menggunakan informasi tersebut untuk melakukan evaluasi (*evaluation of alternatives*) terhadap pilihan alternatif yang ada sebagai dasar pertimbangan dalam melakukan keputusan pembelian (*purchase decision*). Setelah nasabah melakukan pembelian secara actual terhadap produk yang dibutuhkan, maka selanjutnya nasabah akan melakukan evaluasi terhadap kepuasan atau ketidakpuasan yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk tersebut (*post purchase behavior*) (Amri, 2018). Pengambilan keputusan merupakan kombinasi dari pengetahuan yang dimiliki oleh nasabah untuk memilih salah satu dari beberapa alternatif (Rohman, 2018).

Raymond & Mardika (2018) menjelaskan bahwa ada beberapa hal yang mempengaruhi nasabah dalam pemilihan bank, diantaranya adalah karakteristik bank, tingkat kesehatan suatu bank, kepercayaan akan merk bank, fungsi utilitas, dan prosedur evaluasi.

3. Kepercayaan dan Keputusan Pemilihan Produk

Dalam penelitian Roziq & Rinanda Fitri (2013) menjelaskan bahwa kepercayaan adalah keinginan untuk bergantung pada *partner* kerjasama yang telah diyakini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pemilihan produk. Kepercayaan dipengaruhi oleh harapan yang positif terhadap *partner* kerjasamanya, bahwa *partner* kerjasamanya tersebut akan bertanggung jawab, menunjukkan integritas dan tidak melukai *partnernya* (Soleh, Harini, & Djamaludin, 2018). Khaeruroh, Hasiholan, & Mukeri (2018) menjelaskan bahwa kepercayaan nasabah merupakan refleksi dari dua komponen, yaitu *Credibility* dan *Benevolence*. *Credibility* yaitu besarnya kepercayaan dari nasabah penyedia barang dan jasa untuk menghasilkan efektivitas dan kehandalan pekerjaan. *Benevolence*, yaitu besarnya kepercayaan pelanggankemitraan yang memilikitujuan dan motivasi yang menjadi kelebihan

untuk organisasi lain pada saat kondisi yang baru muncul, yaitu kondisi dimana komitmen tidak terbentuk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pemilihan produk.

Susilo, Haryono, & Mukeri (2018) menjelaskan bahwa pengalaman dan informasi yang baik akan menumbuhkan kepercayaan nasabah terhadap suatu produk maupun jasa. dalam hal ini unsur kepercayaan menjadi faktor kunci bagi perusahaan untuk memenangkan persaingan dalam dunia usaha. Kepercayaan nasabah dapat dikaitkan dengan kinerja perusahaan, apabila nasabah memilih produk yang sama dalam waktu yang berbeda maka perusahaan telah dipercaya oleh nasabah sehingga kinerja perusahaan meningkat (Maulana & Yunus, 2018). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pemilihan produk. Namun apabila seorang nasabah telah merasakan kemudahan dalam pelayanan yang diberikan akan tetapi apabila tidak disertai kepercayaan maka nasabah tidak akan berminat menggunakan jasa tersebut kembali (Subagio, Mugiono, & Hadiwidjojo, 2018). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pemilihan produk.

Kepercayaan menjadi faktor penting dalam mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan suatu produk maupun jasa, karena nasabah akan lebih memilih keputusan berdasarkan orang-orang yang dipercaya dibanding dengan yang tidak nasabah percaya (Tajudin & Mulazid, 2017). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pemilihan produk. Ashari and Widayanto (2018) menjelaskan bahwa besarnya tingkat kepercayaan pada nasabah mempengaruhi keputusan pembelian yang besar pula. Arifin (2016) menjelaskan bahwa untuk membangun kepercayaan diperlukan waktu yang cukup lama dan hanya berkembang setelah beberapa kali nasabah menggunakan jasa bank syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pemilihan produk.

H1: kepercayaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pemilihan produk

4. Sistem Bagi Hasil dan Keputusan Pemilihan Produk

Ahmad (2018) menjelaskan bahwa bagi hasil adalah pembagian hasil usaha antara penyedia dana dan pengelola dana. Riadi (2018) menjelaskan bahwa perbedaan bagi hasil dengan bunga adalah bunga ditentukan pada waktu akad dengan asumsi selalu untung, namun apabila bagi hasil penentuan besarnya bagi hasil sesuai dengan keuntungan yang diperoleh. Pembayaran bunga tetap diberikan sesuai dengan perjanjian, walaupun perusahaan dalam keadaan merugi, sedangkan pembayaran bagi hasil apabila perusahaan merugi maka akan ditanggung bersama. Pada sistem bunga besarnya presentase berdasarkan jumlah uang yang dipinjamkan, sedangkan besarnya bagi hasil berdasarkan pada keuntungan yang diperoleh. Pada sistem bunga pembayaran bunga tidak akan meningkat walaupun perusahaan dalam keadaan untung, namun bagi hasil akan meningkat pada saat perusahaan dalam keadaan untung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem bagi hasil berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pemilihan produk.

Roziq & Rinanda Fitri (2013) menjelaskan bahwa metode bagi hasil yang ada pada bank syariah diantaranya adalah metode *profit sharing* dan *revenue sharing*. *Profit and loss sharing* adalah pembagian antara untung dan rugi dari pendapatan yang diterima atas hasil usaha yang telah dilakukan. Kerugian bagi pemodal tidak mendapatkan kembali modal investasinya secara utuh ataupun keseluruhan, dan bagi pengelola modal tidak mendapatkan hasil dari kerja yang telah dilakukannya. Keuntungan yang didapat dari hasil usaha tersebut akan dilakukan pembagian setelah dilakukan perhitungan terlebih dahulu atas biaya-biaya yang telah dikeluarkan selama proses usaha. Keuntungan usaha dalam dunia bisnis bisa negatif, artinya usaha merugi, positif berarti ada angka lebih sisa dari pendapatan dikurangi biaya-biaya, dan nol artinya antara pendapatan dan biaya menjadi balance. Keuntungan yang dibagikan adalah keuntungan bersih (*net profit*) yang merupakan kelebihan dari selisih atas pengurangan total cost terhadap *total revenue*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem bagi hasil berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pemilihan produk.

Metode yang kedua yaitu *revenue sharing* yaitu sistem bagi hasil yang dihitung dari total pendapatan pengelolaan dana tanpa dikurangi dengan biaya pengelolaan dana. Sistem *revenue sharing* berlaku pada pendapatan bank yang akan dibagikan

dihitung berdasarkan pendapatan kotor, yang digunakan dalam menghitung bagi hasil untuk produk pendanaan bank. Suatu bank menggunakan sistem profit sharing di mana bagi hasil dihitung dari pendapatan netto setelah dikurangi biaya bank, maka kemungkinan yang akan terjadi adalah bagi hasil yang akan diterima oleh para *shahibul maal* (pemilik dana) akan semakin kecil, tentunya akan mempunyai dampak yang cukup signifikan apabila ternyata secara umum tingkat suku bunga pasar lebih tinggi. Kondisi ini akan mempengaruhi keinginan masyarakat untuk menginvestasikan dananya pada bank syariah yang berdampak menurunnya jumlah dana pihak ketiga secara keseluruhan, tetapi apabila bank tetap ingin mempertahankan sistem profit sharing tersebut dalam perhitungan bagi hasil mereka, maka jalan satu- satunya untuk menghindari resiko tersebut di atas, dengan cara bank harus mengalokasikan sebagian dari porsi bagi hasil yang mereka terima untuk subsidi terhadap bagi hasil yang akan dibagikan kepada nasabah pemilik dana. Suatu bank yang menggunakan sistem bagi hasil berdasarkan revenue sharing yaitu bagi hasil yang akan didistribusikan dihitung dari total pendapatan bank sebelum dikurangi dengan biaya bank, maka kemungkinan yang akan terjadi adalah tingkat bagi hasil yang diterima oleh pemilik dana akan lebih besar dibandingkan dengan tingkat suku bunga pasar yang berlaku (Roziq & Fitri, 2013). Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem bagi hasil berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pemilihan produk.

Bank syariah memiliki keunggulan yaitu memiliki konsep yang berorientasi kepada bagi hasil. Orientasi bagi hasil inilah yang menjadikan bank syariah menjadi alternatif pengganti sistem bunga yang selama ini masih diragukan hukumnya bagi Muslim (Wahab, 2016). Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem bagi hasil berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pemilihan produk.

H2: sistem bagi hasil berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pemilihan produk

5. Religiusitas, Kepercayaan, Sistem Bagi Hasil dan Keputusan Pemilihan Produk

Religiusitas adalah tingkat keterikatan individu dalam mengimplementasikan ajaran-ajaran agama yang dianutnya dengan cara mengintegrasikan berbagai ajaran agama ke dalam kehidupan sehari-hari (Dharma *et al.*, 2016). Fitriani (2018) menjelaskan bahwa terdapat lima dimensi dalam religiusitas yaitu dimensi keyakinan, dimensi praktik agama atau ritualistik, dimensi pengalaman, dimensi pengetahuan agama, dan dimensi konsekuensi. Dimensi keyakinan adalah tingkatan sejauh mana seseorang menerima hal yang harus dipercaya dalam agamanya, misalnya kepercayaan kepada Tuhan, malaikat, dan sebagainya. Dimensi praktik agama yaitu tingkatan sejauh mana seseorang mengerjakan kewajiban-kewajiban yang ada di dalam agamanya. Wujud dari dimensi ini adalah perilaku masyarakat yang menjalankan ritual-ritual tertentu yang berkaitan dengan agama. Dimensi praktik dalam agama Islam dapat dilakukan dengan menjalankan ibadah sholat, puasa, zakat, haji, dan sebagainya. Dimensi pengalaman adalah perasaan atau pengalaman yang pernah dialami, misal merasa dekat dengan Tuhan, merasa doanya dikabulkan, dan sebagainya. Dimensi pengetahuan agama adalah dimensi yang menerangkan sejauh mana seseorang mengetahui ajaran-ajaran agamanya. Dimensi dalam agama Islam meliputi pengetahuan tentang isi Al Quran, ajaran-ajaran yang harus dilakukan dan hal-hal yang haram untuk dilakukan. Dimensi konsekuensi yaitu dimensi yang mengukur sejauh mana perilaku seseorang dimotivasi oleh ajaran-ajaran agamanya dalam kehidupan sosial, misal menjenguk saudara yang sedang sakit atau mengalami musibah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas memoderasi kepercayaan dan sistem bagi hasil berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pemilihan produk.

Iskamto & Yulihardi (2017) menjelaskan bahwa religiusitas merupakan integrasi secara kompleks antara pengetahuan agama serta tindakan agama pada semua aspek kehidupan. Nasabah lebih memilih perbankan syariah karena didorong oleh faktor keagamaan dengan menerapkan prinsip-prinsip Islam (Wibowo & Syaichu, 2013). Apabila bagi hasil yang diberikan oleh bank syariah lebih rendah daripada bank konvensional, nasabah dengan tingkat religiusitas yang tinggi akan tetap memilih bank syariah (Risfandy, Husa, & Asrihapsari, 2016). Hasil penelitian

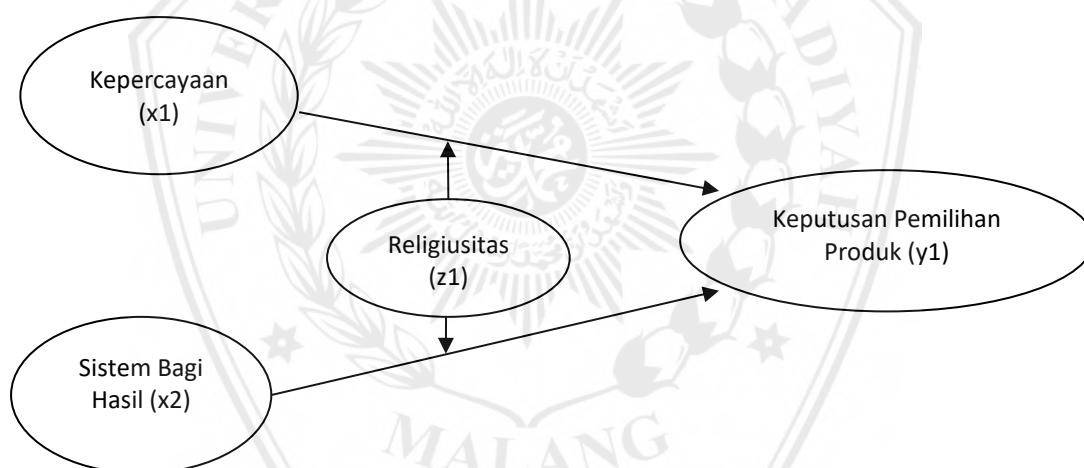
menunjukkan bahwa religiusitas memoderasi kepercayaan dan sistem bagi hasil berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pemilihan produk. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Handayanto (2018), hasil yang diperoleh yaitu variabel religiusitas berpengaruh signifikan dan positif dalam memoderasi pengaruh kepuasan terhadap WOM.

H3 : religiusitas memoderasi kepercayaan dan keputusan pemilihan produk

H4 : religiusitas memoderasi sistem bagi hasil dan keputusan pemilihan produk

6. Kerangka Konseptual Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah mengenai analisis keputusan nasabah memilih produk-produk Bank Jatim Syariah Malang serta teori yang mendukung penelitian ini, maka peneliti menggambarkan kerangka berfikir sebagai berikut:



Gambar 1 Kerangka Konseptual

Ahmad (2018) menjelaskan bahwa bisnis perbankan merupakan bisnis kepercayaan dalam keputusan pemilihan produk bank syariah, oleh karena itu sistem pengelolaan wajib didasarkan prinsip kehati-hatian untuk menjaga kepercayaan nasabah. Ghazi *et al.* (2018) menjelaskan bahwa sistem bagi hasil berpengaruh positif terhadap keputusan pemilihan produk bank syariah. Semakin tinggi religiusitas menguatkan sistem bagi hasil untuk pemilihan produk bank syariah. Semakin tinggi religiusitas juga mempengaruhi kepercayaan dalam keputusan pemilihan produk bank syariah.

C. METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Penelitian yang dilakukan merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui korelasi sebab akibat antar variabel bebas, terikat, dan variabel moderasi (Ulum & Juanda, 2016). Penelitian ini menggunakan variabel terikat yaitu keputusan pemilihan produk, variabel bebas yaitu kepercayaan dan sistem bagi hasil serta variabel moderasi yaitu religiusitas.

2. Populasi dan Sampel

Populasi adalah sekumpulan objek yang akan diteliti (Pulukadang, Mananeke, & Roring, 2019). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Deposito Mudharabah di Bank Jatim Syariah Malang dengan rentang nominal deposito antara Rp 50.000.000,00 hingga Rp 200.000.000,00 yaitu 405 responden (Bank Jatim Syariah Malang, 2019). Sedangkan sampel adalah bagian dari populasi atau yang mewakili dari populasi (Isfahani, Saifuddin, & Masri, 2017). Apabila populasi berjumlah 100 atau lebih maka dapat menentukan sampel 10%-25%, jika populasi kurang dari 100 maka sampel yang digunakan adalah keseluruhan dari populasi (Hair, *et. al.*, 2010:637). Peneliti menentukan sampel 25% dari populasi yaitu sebanyak 101 responden dan dibulatkan menjadi 100 responden.

Lokasi pengambilan sampel pada penelitian ini berada di Bank Jatim Syariah Malang dengan Jalan Sukarno Hatta Kelurahan Mojolangu Kecamatan Lowokwaru Kota Malang. Dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* yaitu menggunakan kriteria yang dipilih dalam penentuan sampel, dalam hal ini kriteria yang digunakan adalah berusia minimal 20 tahun dan telah menjadi nasabah yang menggunakan produk Deposito Mudharabah di Bank Jatim Syariah Malang.

3. Data dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari nasabah Deposito Mudharabah di Bank Jatim Syariah Malang dengan rentang nominal deposito Rp 50.000.000,00 hingga Rp 200.000.000,00. Data primer yang diperoleh dalam penelitian ini adalah keputusan pemilihan produk Deposito Mudharabah, kepercayaan, sistem bagi hasil dan religiusitas.

4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang diberikan kepada nasabah. Jenis kuesioner yang digunakan bersifat tertutup yang sudah disiapkan jawabannya, sehingga responden tinggal memilih jawaban yang paling tepat yang telah disediakan. Data responden tidak dapat dipublikasikan karena terdapat unsur kerahasiaan bank.

5. Pengujian Instrumen

a. Uji validitas

Uji validitas adalah ketetapan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan kata lain, data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Data dapat dikatakan valid apabila nilai r hitung $>$ r tabel atau nilai $p < 0,05$. Namun sebaliknya, apabila nilai r hitung $<$ r tabel atau nilai $p > 0,05$ maka data dinyatakan tidak valid. Hasil uji validitas tertera pada tabel 1

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X1.1	0.702	0.195	Valid
X1.2	0.783	0.195	Valid
X1.3	0.757	0.195	Valid
X1.4	0.788	0.195	Valid
X1.5	0.714	0.195	Valid
X2.1	0.763	0.195	Valid
X2.2	0.866	0.195	Valid
X2.3	0.875	0.195	Valid
Z1.1	0.741	0.195	Valid
Z1.2	0.768	0.195	Valid
Z1.3	0.736	0.195	Valid
Z1.4	0.727	0.195	Valid
Z1.5	0.777	0.195	Valid
Y1.1	0.722	0.195	Valid
Y1.2	0.754	0.195	Valid
Y1.3	0.861	0.195	Valid
Y1.4	0.761	0.195	Valid
Y1.5	0.881	0.195	Valid
Y1.6	0.771	0.195	Valid
Y1.7	0.886	0.195	Valid

Sumber: Data diolah

Berdasarkan hasil analisis instrumen untuk uji validitas semua indikator memiliki nilai r hitung yang lebih besar daripada r tabel atau valid. Seluruh

indikator valid menggambarkan ketepatan indikator-indikator dalam variabel kepercayaan, sistem bagi hasil, religiusitas dan keputusan memilih produk.

b. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji untuk memastikan apakah kuesioner yang digunakan untuk mengumpulkan data variabel penelitian reliabel atau tidak. Kuesioner dikatakan reliabel apabila kuesioner tersebut dilakukan pengukuran ulang dengan hasil yang sama. Data dapat dikatakan reliabel apabila pengukuran konsistensi internal dengan nilai $\geq 0,6$. Jadi jika nilai $< 0,6$ maka tidak reliabel. Hasil uji reliabilitas tertera pada Tabel 2.

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)	Keterangan
Kepercayaan	0.806	0.814	0.865	0.562	Reliabel
Sistem Bagi Hasil	0.785	0.807	0.874	0.699	Reliabel
Religiusitas	0.807	0.817	0.865	0.563	Reliabel
Keputusan Pemilihan Produk	0.910	0.919	0.929	0.653	Reliabel

Sumber: Data diolah

Berdasarkan hasil analisis instrumen untuk uji reliabilitas semua indikator memiliki nilai *cornbach alpha* di atas 0.60 atau reliabel. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan, sistem bagi hasil, religiusitas dan keputusan memilih produk memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi.

6. Definisi Operasional Variabel

a. Kepercayaan (X1)

Kepercayaan merupakan keyakinan terhadap nasabah Deposito Mudharabah di Bank Jatim Syariah Malang. Variabel kepercayaan merupakan variabel bebas. Indikator-indikator pada variabel kepercayaan adalah ketulusan petugas, kemampuan petugas, kepedeulian petugas, integritas petugas dan kredibilitas petugas.

b. Sistem bagi hasil (X2)

Sistem bagi hasil merupakan pembagian keuntungan antara Bank Jatim Syariah Malang dengan nasabah Deposito Mudharabah di Bank Jatim Syariah Malang. Variabel sistem bagi hasil merupakan variabel bebas. Indikator-indikator pada variabel sistem bagi hasil adalah harpaan bagi hasil yang tinggi, dana aman dan bagi hasil adalah riba.

c. Religiusitas (Z1)

Religiusitas adalah tingkat pengetahuan nasabah Deposito Mudharabah terhadap pengaplikasian syariat Islam di Bank Jatim Syariah Malang. Variabel religiusitas merupakan variabel moderasi. Indikator-indikator pada variabel religiusitas adalah dimensi keyakinan, dimensi praktik agama, dimensi pengalaman, dimensi pengetahuan agama dan dimensi konsekuensi.

d. Keputusan pemilihan produk Deposito Mudharabah (Y1)

Keputusan pemilihan produk dalam penelitian ini merupakan kegiatan yang dilakukan nasabah di Bank Jatim Syariah Malang dalam memperoleh produk Deposito Mudharabah. Variabel keputusan pemilihan produk merupakan variabel terikat. Indikator-indikator pada variabel keputusan adalah kemantapan, prioritas utama, ketertarikan, kebiasaan, sesuai dengan keinginan dan kebutuhan, rekomendasi kepada orang lain dan penggunaan ulang.

7. Alat Analisis

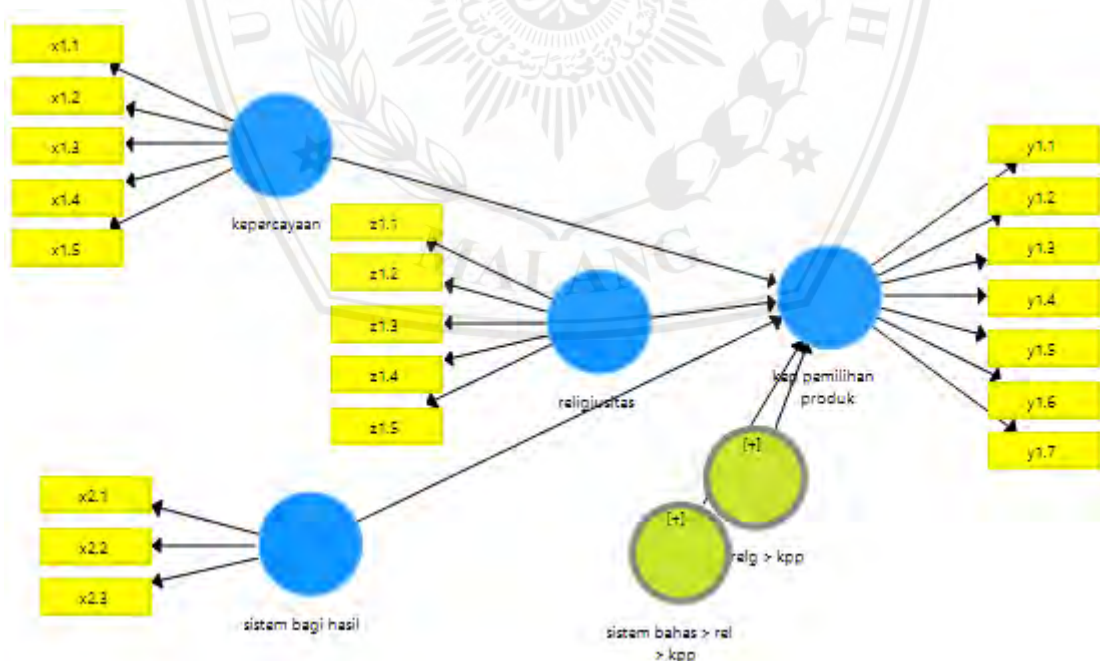
Dalam penelitian ini menggunakan alat analisis *Structural Equation Modelling-Partial Least Squares* (SEM-PLS). Menurut Ghazali & Fuad (2005), *Structural Equation Model* (SEM) adalah suatu teknik variabel yang dapat digunakan untuk mendeskripsikan keterkaitan hubungan linier antara variabel-variabel pengamatan yang sekaligus melibatkan variabel lain yang tidak dapat diukur secara langsung. Variabel yang tidak dapat diukur secara langsung dalam terminologi SEM disebut variabel laten yang harus diukur dengan menggunakan indikator. Variabel laten terbagi menjadi dua, yaitu eksogen dan endogen. Eksogen yaitu variabel laten yang nilainya ditentukan oleh variabel lain di luar model, sedangkan endogen yaitu variabel laten yang nilainya ditentukan oleh variabel lain di dalam model. Analisis

menggunakan SEM memiliki kelebihan untuk melakukan uji secara komprehensif karena menguji secara bersamaan atau serentak.

PLS juga memiliki kemampuan untuk menganalisis terhadap jumlah yang kecil. PLS yang berbasis varian memiliki kelebihan dibandingkan dengan SEM yang berbasis kovarian karena membutuhkan *sample* yang lebih sedikit. PLS membutuhkan 30-100 *sample*, sedangkan SEM membutuhkan *sample* sekitar 200-800 *sample* (Hussein, 2015). PLS menggunakan analisis jalur (*path*) sehingga memiliki kemampuan melakukan analisis secara komprehensif karena menggunakan uji serempak yang tidak ditemui apabila menggunakan alat analisis regresi. Langkah-langkah permodelan persamaan struktural berbasis PLS adalah sebagai berikut:

a. Model pengukuran (*outer model*)

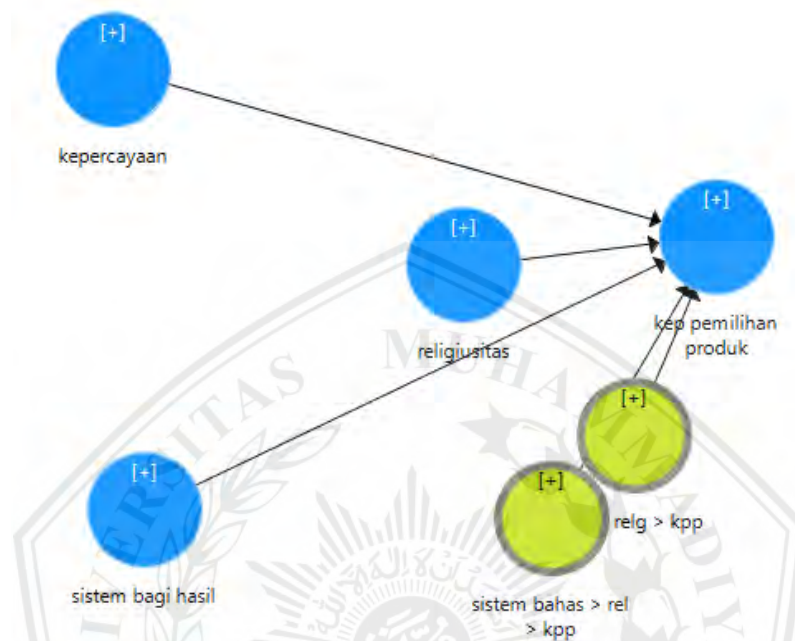
Outer Model atau Model Pengukuran mendefinisikan bagaimana setiap blok indikator berhubungan dengan variabel latennya. Perancangan Model Pengukuran menentukan sifat indikator dari masing-masing variabel laten, apakah refleksif atau formatif, berdasarkan definisi operasional variabel.



Gambar 2 *outer model*

b. Model struktural (*inner model*)

Inner Model atau Model Struktural menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan pada *substantive theory*. Perancangan Model Struktural hubungan antar variabel laten didasarkan pada rumusan masalah atau hipotesis penelitian.



Gambar 3 *Inner model*

e. Konversi diagram jalur ke dalam sistem persamaan

Keputusan pemilihan produk = γ_1 kepercayaan + γ_2 sistem bagi hasil+
 ω_1 kepercayaan * religiusitas + ω_2 sistem bagi hasil * religiusitas

f. Estimasi parameter model dan mengevaluasi model dengan melihat persentase *variance* yang dijelaskan dengan melihat nilai r^2 .

g. *Goodness Of Fit*

Model yang digunakan dalam PLS ada dua, yaitu *inner model* merupakan model yang menggambarkan hubungan yang ada di antara variabel laten berdasarkan pada *substantive theory*. *Inner model* biasa disebut sebagai *inner relation* atau *structural model*. Sedangkan *outer model* adalah model yang menggambarkan hubungan antara variabel laten dengan indikatornya. *Outer model* biasa disebut sebagai *outer relation* atau *measurement model*. Pada *outer model* terdapat dua model yaitu model indikator refleksif dan model indikator formatif. Model refleksif sering disebut sebagai *principal factor model* yang berarti variabel manifes dipengaruhi oleh

variabel laten. Model formatif merupakan kebalikan dari model refleksif dimana model formatif mengasumsikan bahwa variabel manifes mempengaruhi variabel laten.

Analisis outer model memiliki tiga indikator yaitu *convergent validity*, *discriminating validity*, dan *undimensionality*. Sedangkan analisa inner model dapat dilihat dari beberapa indikator yaitu koefisien determinasi, *predictive relevance*, dan *goodness of fit index*. Indikator yang dapat digunakan sebagai alat pengukuran dapat disimpulkan antara lain sebagai berikut:

- a. Reliabilitas komposit. Pengukuran konsistensi internal dengan nilai $\geq 0,6$. Jadi jika nilai $< 0,6$ maka tidak reliabel.
- b. Reliabilitas indikator. Loading baku absolut bagian luar dengan nilai $> 0,7$. Jadi jika nilai $< 0,7$ maka tidak reliabel.
- c. AVE (*Average Variance Extracted*). Rata-rata varian ekstrak dengan nilai $> 0,5$ Digunakan sebagai penentu validitas konvergen. Jadi jika nilai $< 0,5$ maka tidak valid secara konvergen.

8. Uji hipotesis

- a. Untuk menguji hipotesis pengaruh kepercayaan dan sistem bagi hasil pada keputusan pemilihan produk dengan melihat nilai probabilitas dan t-statistik. Adapun kriteria penerimaan hipotesis adalah hipotesis diterima jika t-statistik $> t$ -tabel dan hipotesis ditolak apabila t-statistik $< t$ -tabel.
- b. Untuk menguji pengaruh kepercayaan dan sistem bagi hasil terhadap keputusan pemilihan produk yang dimoderasi oleh religiusitas digunakan analisis SEM-PLS Adapun kriteria pengujiannya adalah hipotesis diterima jika t hitung $\geq t$ tabel dan hipotesis ditolak apabila t hitung $\leq t$ tabel.

D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Deskripsi Responden

Responden yang didapat dari kuesioner akan dibagi berdasarkan umur jenis kelamin, pendidikan terakhir, pekerjaan dan penghasilan dengan data pada tabel 3.

Tabel 3 Deskripsi Responden

Deskripsi Responden	Kategori	Jumlah	Prosentase
Umur	20 – 30 tahun	34	34%
	31 – 40 tahun	31	31%
	41 – 50 tahun	21	21%
	51 – 70 tahun	14	14%
Jenis Kelamin	Wanita	49	49%
	Pria	51	51%
Pendidikan Terakhir	SD sederajat	0	0%
	SMP sederajat	1	1%
	SMA sederajat	15	15%
	DIPLOMA	7	7%
	S1/S2/S3	77	77%
Pekerjaan	PNS	11	11%
	Pegawai Swasta	26	26%
	Wiraswasta	31	31%
	TNI/POLRI	1	1%
	Pegawai BUMD/BUMN	14	14%
	Pensiunan	6	6%
	Ibu Rumah Tangga	6	6%
	Lainnya	5	5%
Penghasilan	Kurang dari 500 ribu	1	1%
	500 ribu– 1 Juta	3	3%
	1 Juta – 5 Juta	48	48%
	5 Juta – 10 Juta	31	31%
	10 Juta – 25 Juta	10	10%
	>25 JUTA	7	7%

Sumber : data diolah

Berdasarkan Tabel 3 dari 100 responden nasabah Deposito Mudharabah di Bank Jatim Syariah Malang menggambarkan bahwa sebagian besar nasabah memiliki umur yang relatif muda. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah yang masih muda memiliki tingkat kesadaran untuk menginvestasikan dananya lebih besar daripada nasabah yang memiliki usia lanjut selain itu usia 20-30 tahun merupakan usia produktif.

Jumlah responden pada jenis kelamin pria maupun wanita hampir sama atau berimbang. Hal ini menunjukkan bahwa pemilihan produk deposito mudharabah di Bank Jatim Syariah Malang tidak didominasi oleh gender tertentu.

Pendidikan terakhir responden yang paling mendominasi adalah S1/ S2/ S3. Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya pendidikan setingkat sarjana membuat nasabah khususnya Bank Jatim Syariah Malang memiliki wawasan yang lebih luas untuk menginvestasikan dananya di produk Deposito Mudharabah.

Responden Deposito Mudharabah di Bank Jatim Syariah Malang didominasi oleh wiraswasta hal ini menunjukkan bahwa wiraswasta memiliki waktu yang lebih fleksibel untuk datang ke Bank Jatim Syariah Malang daripada nasabah yang bekerja di bidang swasta, Pegawai Negeri Sipil, pegawai BUMN atau BUMD dan sebagainya.

Penghasilan per bulan responden yang paling mendominasi adalah kisaran nominal Rp 1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00. Responden Deposito Mudharabah didominasi oleh segmen pasar menengah yaitu nasabah yang berpenghasilan menengah ke atas.

2. Hasil Analisis SEM-PLS

a. Pengukuran dan Kelayakan Model

Pada uji kelayakan model diukur *Composite Reliability*, *Average Variance Extracted* (AVE) dan *Cronbach's Alpha* melalui *Rule of Thumbs* sehingga ditemukan model yang baik (*fit*). Kelayakan model pada penelitian ini dijelaskan pada Tabel 4.

Tabel 4 Hasil Uji Kelayakan Model

Variabel	Cronbach's Alpha	Rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)	Keterangan
Kepercayaan	0.806	0.814	0.865	0.562	Reliabel
Sistem Bagi Hasil	0.785	0.807	0.874	0.699	Reliabel
Religiusitas	0.807	0.817	0.865	0.563	Reliabel
Keputusan Pemilihan Produk	0.910	0.919	0.929	0.653	Reliabel
Religiusitas*Kepercayaan	1.000	1.000	1.000	1.000	Reliabel
Religiusitas*Sistem Bagi Hasil	1.000	1.000	1.000	1.000	Reliabel

Sumber : data diolah

Kelayakan model penelitian ini dapat dilihat *Composite Reliability* diatas 0,60 maka semua variabel dikatakan baik atau terpenuhi (*fit*). *Average Variance Extracted* (AVE) semua variabel diatas 0,50 maka dikatakan bahwa kelayakan model terpenuhi. *Cronbach's Alpha* semua variabel diatas 0,60 maka semua variabel dikatakan baik atau terpenuhi (*fit*). Berdasarkan hasil pengujian kelayakan model, semua kriteria kelayakan model terpenuhi sehingga model dapat dinyatakan layak.

b. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan dengan *t-test*. Pada penelitian ini pengujian *t-test* dilakukan dengan melihat nilai P (*P value*) pada tiap jalur pada setiap hubungan (Mindrajaya & Sumertajaya, 2008; Wiyono, 2011). Bilamana diperoleh $p\text{-value} \leq 0,05$ (alpha 5%), maka disimpulkan bahwa hubungan pada tiap jalur adalah signifikan dan sebaliknya.

Tabel 5 T-statistik dan P-Values

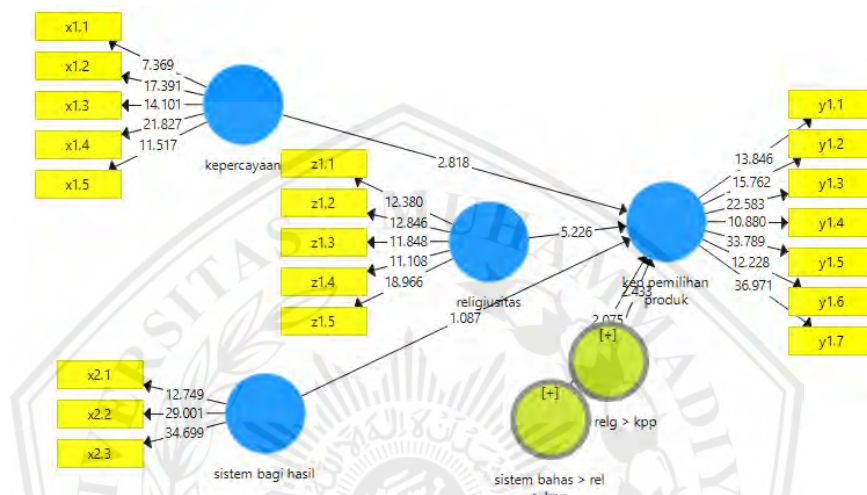
Variabel	T-statistik	T-tabel	P-Values	alpha	keterangan
Kepercayaan -> keputusan pemilihan produk	2.818	1.984	0.005	0.05	Hipotesis Diterima
Sistem bagi hasil -> keputusan pemilihan produk	1.087	1.984	0.276	0.05	Hipotesis Ditolak
Religiusitas memoderasi pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pemilihan produk	2.433	1.984	0.010	0.05	Hipotesis Diterima
Religiusitas memoderasi pengaruh sistem bagi hasil terhadap keputusan pemilihan produk	2.075	1.984	0.033	0.05	Hipotesis Diterima

Sumber: data diolah

Berdasarkan T-statistik dan *p-value* pada Tabel 5 maka hipotesis pertama yang menyatakan kepercayaan berpengaruh pada keputusan pemilihan produk. Hal itu dapat dilihat dari nilai T-statistik 2.795, T-tabel 1.984 dan *p-value* 0,005, sehingga hipotesis pertama diterima yaitu berpengaruh dan signifikan. Hipotesis kedua yang menyatakan bahwa sistem bagi hasil berpengaruh pada keputusan pemilihan produk dapat dilihat dari nilai T-statistik sebesar 1.091, T-tabel 1.984 dan *p-value* 0,276. Dengan demikian maka hipotesis kedua ditolak yaitu berpengaruh namun tidak signifikan. Pengujian hipotesis ketiga yaitu religiusitas memoderasi pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pemilihan produk ditunjukkan oleh interaksi antara religiusitas dan kepercayaan. Hasil T-statistik sebesar 2.583, T-tabel 1.984 dan *p-value* 0.010. Oleh karena itu hipotesis ketiga diterima yaitu berpengaruh dan signifikan. Berdasarkan hasil analisis hipotesis ke empat yaitu religiusitas memoderasi pengaruh sistem bagi hasil terhadap keputusan pemilihan produk. Hal itu dapat dilihat dari nilai T-statistik 2.144, T-tabel 1.984 dan *p-value* 0,033 sehingga hipotesis ke empat dikatakan bahwa

religiusitas mampu berperan dalam mengontrol hubungan antara sistem bagi hasil terhadap keputusan pemilihan produk. Oleh karena itu hipotesis ke empat diterima

Secara keseluruhan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan pemilihan produk. Hasil yang ditunjukkan oleh variabel kepercayaan dan sistem bagi hasil yang dimoderasi oleh variabel religiusitas. Namun variabel sistem bagi hasil tidak signifikan terhadap keputusan pemilihan produk. Berikut adalah hasil analisis path outer model bootstrapping menggunakan SEM PLS sebagaimana tertera pada gambar 4



Gambar 4 Model T-Value

3. PEMBAHASAN

a. Pengaruh kepercayaan pada keputusan pemilihan produk

Hasil analisis menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan pada keputusan pemilihan produk. Besarnya tingkat kepercayaan pada nasabah mempengaruhi keputusan memilih jasa perbankan yang akan digunakan juga. Semakin tinggi tingkat kepercayaan nasabah terhadap Bank Jatim Syariah Malang, maka nasabah juga menambah keinginan untuk menggunakan jasa perbankan di Bank Jatim Syariah Malang. Bisnis perbankan merupakan bisnis kepercayaan, oleh karena itu sistem pengelolaan wajib didasarkan prinsip kehati-hatian untuk menjaga kepercayaan nasabah. Kepercayaan menjadi faktor penting dalam mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih Deposito Mudharabah di Bank Jatim Syariah Malang. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Roziq & Rinanda Fitri (2013), Khaeruroh *et al.* (2018), dan Subagio *et al.* (2018).

Nasabah akan Deposito di Bank Jatim Syariah Malang apabila petugas melayani dengan tulus hati. Selain itu petugas di Bank Jatim Syariah Malang memberikan solusi dan penjelasan dalam mengatasi masalah keuangan yang tengah di hadapi oleh nasabah. Deposito di Bank Jatim Syariah Malang sudah sesuai dengan syariat Islam yang menggunakan akad mudharabah. Nasabah semakin nyaman Deposito di Bank Jatim Syariah Malang karena dana dijamin aman selama bertransaksi.

b. Pengaruh sistem bagi hasil pada keputusan pemilihan produk

Sistem bagi hasil adalah suatu sistem pengolahan dana dalam perekonomian Islam yaitu pembagian keuntungan antara pemilik modal dan pengelola. Bank syariah memiliki keunggulan yaitu memiliki konsep yang berorientasi kepada bagi hasil. Orientasi bagi hasil inilah yang menjadikan bank syariah menjadi alternatif pengganti sistem bunga yang selama ini masih diragukan hukumnya bagi Muslim. Hasil analisis menunjukkan bahwa sistem bagi hasil tidak berpengaruh terhadap keputusan pemilihan produk. Artinya semakin tinggi sistem bagi hasil tidak mempengaruhi tingkat keputusan nasabah dalam pemilihan Produk Deposito Mudharabah di Bank Jatim Syariah Malang. Hasil penelitian ini tidak mendukung hasil penelitian Soleh et al. (2018), Riadi (2018), dan Wahab (2016).

Nasabah Deposito di Bank Jatim Syariah Malang lebih percaya ke citra merk Bank Jatim daripada mepedulikan tinggi rendahnya bagi hasil yang diberikan. Nasabah percaya Deposito di Bank Jatim Syariah Malang aman. Namun sebagian nasabah tidak terlalu mengharapkan bagi hasil.

c. Religiusitas memoderasi pengaruh kepercayaan pada keputusan pemilihan produk

Hasil analisis menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan mampu memoderasi pengaruh kepercayaan pada keputusan pemilihan produk. Artinya tinggi rendahnya tingkat religiusitas nasabah mampu mempengaruhi kepercayaan nasabah pada keputusan pemilihan Produk Deposito Mudharabah di Bank Jatim Syariah Malang. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Hamim (2016), Muhyidin (2018), Yulianto (2018). Religiusitas juga mampu menjadi variabel moderator antara kepercayaan terhadap keputusan pemilihan produk.

Didasari dengan adanya akad sesuai syariat Islam maka nasabah percaya Deposito di Bank Jatim Syariah Malang. Nasabah semakin mantap dan percaya ke

Bank Jatim Syariah Malang. Nasabah menambah dananya untuk Deposito di Bank Jatim Syariah Malang dan nasabah rela memperpanjang jangka waktu Deposito di Bank Jatim Syariah Malang karena nasabah percaya terhadap Bank Jatim Syariah Malang. Nasabah rela untuk memindahkan dananya dari bank konvensional ke Bank Jatim Syariah Malang.

- d. Religiusitas memoderasi pengaruh sistem bagi hasil pada keputusan pemilihan produk

Hasil analisis menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan mampu memoderasi pengaruh sistem bagi hasil pada keputusan pemilihan produk. Artinya tinggi rendahnya tingkat religiusitas menguatkan pengaruh sistem bagi hasil pada keputusan pemilihan Produk Deposito Mudharabah di Bank Jatim Syariah Malang. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Nurhayati & Sukesti (2016), Risfandy et al. (2016), Iskanto and Yulihardi (2017) Religiusitas juga mampu menjadi variabel moderator antara sistem bagi hasil terhadap keputusan pemilihan produk.

Sebagian nasabah memilih untuk menggunakan Deposito di Bank Jatim Syariah Malang karena menggunakan akad sesuai syariat Islam dan terbebas dari riba. Selain itu Bank Jatim Syariah Malang juga peka terhadap zakat, sehingga bagi hasil yang didapat otomatis untuk pembayaran zakat. Nasabah Deposito di Bank Jatim Syariah Malang juga beranggapan bahwa sistem bagi hasil di bank syariah lebih baik daripada bank konvensional.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

- a. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan pemilihan Produk Deposito Mudharabah di Bank Jatim Syariah Malang. Hal ini menunjukkan tingkat kepercayaan nasabah mempengaruhi keputusan pemilihan Produk Deposito Mudharabah di Bank Jatim Syariah Malang.
- b. Sistem bagi hasil tidak mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih Produk Deposito Mudharabah di Bank Jatim Syariah Malang. Hal ini menunjukkan nasabah tidak terlalu mementingkan sistem bagi hasil Produk Deposito Mudharabah di Bank Jatim Syariah Malang.

- c. Religiusitas memoderasi pengaruh kepercayaan pada keputusan pemilihan produk. Hal ini menunjukkan tingkat kepercayaan yang dimoderasi oleh religiusitas berpengaruh positif dan mampu mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih Produk Deposito Mudharabah di Bank Jatim Syariah Malang.
- d. Religiusitas memoderasi pengaruh sistem bagi hasil pada keputusan pemilihan produk. Hal ini menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan mampu memoderasi sistem bagi hasil dan mampu mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih Produk Deposito Mudharabah di Bank Jatim Syariah Malang.

2. Saran

- a. Bagi manajemen Bank Jatim Syariah Malang

Keputusan nasabah dalam memilih produk Deposito Mudharabah di Bank Jatim Syariah Malang dipengaruhi oleh kepercayaan. Sedangkan religiusitas mampu memoderasi kepercayaan dan sistem bagi hasil terhadap keputusan pemilihan Produk Deposito Mudharabah di Bank Jatim Syariah Malang. Namun berdasarkan penelitian tersebut sistem bagi hasil tidak terlalu signifikan terhadap keputusan pemilihan produk. Berdasarkan hasil tersebut maka manajemen Bank Jatim Syariah Malang perlu menyadarkan nasabah akan pentingnya sistem bagi hasil. Manajemen perlu meyakinkan nasabah bahwa sistem bagi hasil juga memiliki peran penting dalam pemilihan produk-produk di Bank Jatim Syariah Malang terutama Deposito Mudharabah.

- b. Bagi peneliti yang akan datang

Disarankan dapat meneliti kembali model penelitian ini pada bank syariah yang lain dan menambahkan variabel penelitian seperti kepuasan nasabah, kualitas pelayanan dan spiritualitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, W. R. 2015. Pertimbangan, Pengetahuan, Dan Sikap Konsumen Individu Terhadap Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Kajian Masalah Ekonomi Dan Pembangunan*, 11, 191-201.
- Ahmad, M. A. 2018. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri (Bsm) Cabang Polewali*. Pascasarjana.
- Ahmad, S. F. 2018. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Universitas Andalas Bertransaksi Dengan Bank Syariah Mandiri Cabang Padang*. Universitas Andalas.
- Amiruddin, M. F. dan Abdullah, M. W. 2018. Psikografis Dan Religiusitas Dalam Bertransaksi Pada Bni Syariah Makassar. *Al-Falah: Journal Of Islamic Economics*, 3, 45-72.
- Amri, M. A. 2018. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Bank Ocbc Nisp Medan Dalam Pemilihan Kpr Konvensional Dan Syariah. *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1, 379-398.
- Anam, C. 2017. Pengaruh Komitmen Beragama, Pengetahuan Agama, Dan Orientasi Agama Terhadap Preferensi Masyarakat Pada Bank Syariah Di Surabaya. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 3, 80-89.
- Ancok, D., Suroso, F. N. dan Ardani, M. S. 2000. *Psikologi Islami: Solusi Islam Atas Problem-Problem Psikologi*, Pustaka Pelajar.
- Andespa, R. 2016. Meningkatkan Pertumbuhan Nasabah Bank Syariah: Mendukung Pembiayaan Promosi, Pendidikan Dan Pelatihan. *Maqdis*, 1, 171-188.
- Anggraeni, N. 2015. *Pengaruh Layanan 3 In 1 Masalah (Branchless Banking) Terhadap Pertumbuhan Dana Pihak Ketiga (Dpk) Dan Efisiensi Biaya Operasional Bank Pada Pt. Bank Bjb Syariah*. Fakultas Syariah (Unisba).
- Anshari, S. 2004. *Wawasan Islam: Pokok-Pokok Pikiran Tentang Paradigma Dan Sistem Islam*, Gema Insani.
- Antonio, M. S. I. 2001. *Bank Syariah Teori Dan Praktek*. Jakarta, Gema Insani, Jakarta.
- Arifin, H. D. 2016. Pengaruh Internet Banking Terhadap Tingkat Kepercayaan Nasabah Pada Bank Bri Syariah KCP Arjawinangun. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 8.
- Ariyan, H. 2013. Pengaruh Brand Awareness Dan Kepercayaan Konsumen Atas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Minuman Aqua Di Kota Padang. *Jurnal Manajemen*, 2.
- Ashari, R. dan Widayanto, W. 2018. Pengaruh Kepercayaan Dan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Sikap Pengguna Pada Situs Belanja Online Lazada. Com (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7, 209-218.
- Awan, H. M. dan Shahzad Bukhari, K. 2011. Customer's Criteria For Selecting An Islamic Bank: Evidence From Pakistan. *Journal Of Islamic Marketing*, 2, 14-27.

- Azis, M. 2018. Perbandingan Kualitas Layanan Antara Bank Syariah Dengan Bank Konvensional Ditinjau Dari Kepuasan Nasabah Di Kabupaten Pacitan. *Activa*, 1, 97-108.
- Budiono, A. 2017. Penerapan Prinsip Syariah Pada Lembaga Keuangan Syariah. *Law And Justice*, 2, 54-65.
- Boer, R. F., & Lesmana, D. 2018. Eksplorasi Faktor Beliefs Dan Attitudes: Kajian Terhadap Social Judgement Theory Di Era Media Digital. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 4(01).
- Darmawati, D., Subekti, B., Setyawati, S. M. dan Sumarsono, S. Analisis Pengaruh Kebudayaan, Sosial, Kepribadian Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Shar'e (Survei Pada Nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Purwokerto. *Performance*, 2018. 16-32.
- Dewi, A. S. dan Satria, A. D. 2017. Perceived Of Religious Value: Model Pembentuk Preferensi Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 14, 35-50.
- Dharma, L., Agusti, R. dan Kurnia, P. 2016. Pengaruh Gender, Pemahaman Perpajakan Dan Religiusitas Terhadap Persepsi Penggelapan Pajak. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau*, 3, 1565-1578.
- Doney, P. M. dan Cannon, J. P. 1997. An Examination Of The Nature Of Trust In Buyer-Seller Relationships. *The Journal Of Marketing*, 35-51.
- Endah, N. H. 2018. Perilaku Pembelian Kosmetik Berlabel Halal Oleh Konsumen Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 22, 25-39.
- Ghozali, I. dan Fuad 2005. *Structural Equation Modeling: Teori, Konsep, Dan Aplikasi Dengan Program Lisrel*, Semarang, Badan Penerbit Undip.
- Ghozi, S., Ramli, R. dan Setyani, A. 2018. Analisis Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jenis Bank: Penerapan Model Regresi Logistik Biner (Studi Kasus Pada Bank Bri Cabang Balikpapan). *Media Statistika*, 11, 17-26.
- Hamid, A., Sumarni, M. dan Purwaliani, R. 2018. Peran Iklan Dalam Meningkatkan Minat Menabung Masyarakat Pada Pt Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Febi Iain Langsa*, 1, 1-25.
- Handayanto, E. 2018. *Mediating Role of Satisfaction on Relationship between Service Quality and Word of Mouth in Islamic Private Universities in Indonesia*. Paper presented at the 2018 3rd International Conference on Education, Sports, Arts and Management Engineering (ICESAME 2018).
- Husaeni, U. A. 2018. The Influence of Marketing Mix on Decisions to Be a Islamic Banking Customer in Cianjur Regency. *Iqtishadia: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam STAIN Kudus*, 10(2), 105-119
- Isfahani, I., Saifuddin, S., & Masri, M. 2017. Hubungan Kelentukan Pergelangan Tangan Dan Kekuatanotot Tungkai Dengan Kemampuan Jump Service Pada Atlet Bola Voli Himadirga Tahun 2016. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Jasmani, Kesehatan dan Rekreasi*, 3(4).
- Iskamto, D. dan Yulihardi. 2017. Analisis Peranan Religiusitas Terhadap Kepercayaan Kepada Perbankan Syariah. *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 2, 205-214.

- Ismanto, K. 2018. Literasi Masyarakat Dan Dampaknya Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah. *Human Falah: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*.
- Khaeruroh, N., Hasiholan, L. B. dan Mukeri, M. 2018. The Influence Of The Quality Of The Produk, Service Quality, Trust To The Customer Loyalty To The Customer Satisfaction As A Variable Intervening (Study In Pt Morich Indo Fashion Ungaran). *Journal Of Management*, 4.
- Khoir, F. I. 2018. Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Jatim Kantor Cabang Syariah Kediri.
- Khotimah, N. 2018. Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Citra Perusahaan, Dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Menabung Dan Loyalitas Di Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Gresik). *Jmm17: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Manajemen*, 5.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, Erlangga.
- Mahendra, M. M., dan Sri Ardani, I. G. A. K. 2015. Pengaruh Umur, Pendidikan dan Pendapatan Terhadap Niat Beli Konsumen pada Produk Kosmetik The Body Shop di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen*, 4(2).
- Marlina, S. M. 2018. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Kepercayaan Merek, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario (Studi Pada Pengguna Motor Honda Vario Di Kecamatan Muara Bulian). *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 18, 116-125.
- Maulana, R. K. dan Yunus, M. 2018. Pengaruh Pemasaran Relasional Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Dan Kepercayaan Nasabah Tabungan Bank Bri Syariah Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 3, 36-45.
- Moorman, C., Zaltman, G. dan Deshpande, R. 1992. Relationships Between Providers And Users Of Market Research: The Dynamics Of Trust Within And Between Organizations. *Journal Of Marketing Research*, 29, 314-328.
- Morgan, R. M. dan Hunt, S. D. 1994. The Commitment-Trust Theory Of Relationship Marketing. *Journal Of Marketing*, 58, 20-38.
- Mulazid, A. S. 2018. Analisis Pengaruh Service Quality, Customer Relationship Management Dan Keunggulan Produk Tabungan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Bri Syariah. *Islamadina*, 19, 89-106.
- Mulyana, R. A. 2018. Sikap Dan Persepsi Konsumen Terhadap Perbankan Syariah Di Indonesia Dan Malaysia. *Jurnal Naratas*, 1, 38-51.
- Mursid, A. dan Suhartono, E. 2015. Faktor Determinan Nasabah Dalam Pemilihan Bank Syariah. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 5.
- Nashori, F. N., Mucharam, R. D. dan Ru'iyah, S. 2002. *Mengembangkan Kreativitas Dalam Perspektif Psikologi Islam*, Menara Kudus.
- Pulukadang, M. W., Mananeke, L. dan Roring, F. 2019. Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbalife (Studi Kasus Pada Lima Nutrition Club Manado). *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6.

- Rahayu, S. dan Siregar, R. 2018. Pengaruh Bagi Hasil Deposito Mudharabah, Suku Bunga Berjangka Bank Indonesia Dan Inflasi Terhadap Jumlah Deposito Mudharabah Pt. Bank Negara Indonesia Syariah. *Jram (Jurnal Riset Akuntansi Multiparadigma)*, 5.
- Rahmawaty, A. 2014. Pengaruh Persepsi Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk di Bank Negara Indonesia Syariah Semarang. *Jurnal Addin*, 8.
- Rakhmat, J. 2013. *Psikologi Agama: Sebuah Pengantar*, Mizan Pustaka.
- Raymond, R. dan Mardika, N. H. 2018. Analisis Persepsi Masyarakat Dalam Memilih Perbankan Syariah Di Kota Batam. *Jurnal Akrab Juara*, 3, 207-219.
- Riadi, M. 2018. Pengertian, Karakteristik, Jenis Dan Syarat Bagi Hasil. <https://www.kajianpustaka.com/2018/02/pengertian-karakteristik-jenis-syarat-bagi-hasil.html>.
- Rinuastuti, B. H., Darwini, S., Agustiani, E. dan Andilolo, I. R. 2018. Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Memilih Bank Syariah Melalui Kepercayaan Merek (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Di Kota Mataram). *Distribusi-Journal Of Management And Business*, 6, 47-59.
- Risfandy, T., Husa, P. P. dan Asrihapsari, A. 2016. Daya Saing Bank Syariah Di Sebuah Negara Religius: Temuan Empirik Dari Indonesia. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 20.
- Rivai, H. A. dan Si, M. 2006. Identifikasi Faktor Penentu Keputusan Konsumen Dalam Memilih Jasa Perbankan: Bank Syariah Vs Bank Konvensional. *Center Of Banking Research*, 1, 1-17.
- Rohman, A. T. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Baitul Maal Wat Tamwil Pahlawan Tulungagung.
- Roziq, A. dan Rinanda Fitri, D. 2013. Variabel Penentu Dalam Keputusan memilih Tabungan Mudharabah Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jember. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen*, 12, 47-65.
- Salim, N. A. 2018. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Komitmen Pelanggan Pada Pelayanan Perawatan Kulit Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta. *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 11, 887-895.
- Sani, H. S., Amboningtyas, D. dan Yulianeu, Y. 2018. *Comparative Analysis Of The Financial Performance Of Banks Bca And Bank Mega (Studies On Banking Companies 2012-2016 Listed In Bei)*. *Journal Of Management*, 4.
- Sari, M. A. dan Amboningtyas, D. 2018. *Risk Analysis Of Financial Performance Measures In Commercial Banks Conventional And Sharia Banks In Indonesia (Case Study At PT Bri Tbk And PT Bri Syariah Registered In Bei 2012-2016)*. *Journal Of Management*, 4.
- Silviana, S. dan Putra, P. 2017. Model Aida Sebagai Strategi Pemasaran Bagi Nasabah Mengambang Perbankan Syariah (Survei Masyarakat Di Kota Bekasi). *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 13, 10-21.
- Sirdeshmukh, D., Singh, J. dan Sabol, B. 2002. Consumer Trust, Value, And Loyalty In Relational Exchanges. *Journal Of Marketing*, 66, 15-37.

- Soleh, A. N., Harini, C. dan Djamaludin, D. 2018. The Effect Of Service Quality, Price And Trust To Customer Satisfaction Users Of Transportation Services Online Ojek (Study On Customers Of Gojek In Semarang City). *Journal Of Management*, 4.
- Soma, A. M., Primiana, I., Wiryono, S. K. dan Febrian, E. 2017. Religiosity And Islamic Banking Product Decision: Survey On Employees Of Pt Telekomunikasi Indonesia. *Etikonomi*, 16.
- Subagio, D. P. W., Mugiono, M. dan Hadiwidjojo, D. 2018. Pengaruh Perceived Ease Of Use Terhadap Repurchase Usefulness Dan Trust Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6, 35.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung, Cv. Alfabeta.
- Susilo, H., Haryono, A. T. dan Mukeri, M. 2018. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening Di Hotel Amanda Hills Bandung. *Journal Of Management*, 4.
- Tajudin, M. H. dan Mulazid, A. S. 2017. Pengaruh Promosi, Kepercayaan Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji (Mabrur) Bank Syariah Mandiri Kcp. Sawangan Kota Depok. *Islamiconomic: Jurnal Ekonomi Islam*, 8.
- Ulum, I. dan Juanda, A. 2016. Metodologi Penelitian Akuntansi. *Malang: Aditya Media Publishing*.
- Wahab, W. 2016. Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Imam Bonjol*, 1, 167-184.
- Weill, L. 2011. *Do Islamic Banks Have Greater Market Power? Comparative Economic Studies*, 53, 291-306.
- Wibowo, E. S. dan Syaichu, M. 2013. Analisis Pengaruh Suku Bunga, Inflasi, Car, Bopo, Npf Terhadap Profitabilitas Bank Syariah. *Diponegoro Journal Of Management*, 2, 10-19.
- Widiyanta, A. 2005. Sikap Terhadap Lingkungan Dan Religiusitas. *Sikap Terhadap Lingkungan Dan Religiusitas*.
- Wijaya, E. dan Ariyani, P. M. 2018. Pengaruh Service Marketing Mix Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Pada Pt. Bank Mayapada Internasional Tbk Cabang A. Yani Pekanbaru. *Journal Of Economic, Bussines And Accounting (Costing)*, 1, 283-296.
- Yuana, P. 2018. *Perilaku Menabung Nasabah Muslim Di Perbankan Syariah*. Universitas Gadjah Mada.
- Yulianti, R. 2015. Pengaruh Minat Masyarakat Aceh Terhadap Keputusan Memilih Produk Perbankan Syariah Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis*, 2, 14-28.
- Yuwono, T. I. dan Riyadi, S. 2018. Pengaruh Macro Dan Micro Prudential Terhadap Tingkat Bagi Hasil Deposito Mudharabah Bank Syariah Di Indonesia. *Perbanas Review*, 3.
- Zuhirsyan, M. dan Nurlinda, N. 2018. Pengaruh Religiusitas Dan Persepsi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 10, 48-62.

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian

KUISISIONER PENELITIAN	
PENGARUH KEPERCAYAAN DAN SISTEM BAGI HASIL TERHADAP KEPUTUSAN PEMILIHAN PRODUK DEPOSITO MUDHARABAH DENGAN PEMODERASI RELIGIUSITAS DI BANK JATIM SYARIAH MALANG	
Kepada	
Yth. Bapak/Ibu/Sdr Nasabah Bank Jatim Syariah Malang	
Di Tempat	
Dengan hormat,	
<p>Kuisisioner ini ditujukan untuk tugas akhir (tesis) sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar S2 di Program Pasca Sarjana Universitas Muhammadiyah Malang. Adapun Judul dan Tesis yang saya buat yakni "Pengaruh Kepercayaan dan Sistem Bagi Hasil Yang Dimoderasi Oleh Religiusitas Terhadap Keputusan Pemilihan Produk Deposito Mudharabah di Bank Jatim Syariah Malang".</p> <p>Segegap kerendahan hati, saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr untuk mengisi kuisisioner ini dengan jujur dan apa adanya. Informasi Bapak/Ibu/Sdr berikan hanya digunakan untuk kepentingan terbatas, dalam artian hanya diperlukan untuk penelitian ini saja. Atas kesediaan Bapak/Ibu/Sdr, saya ucapkan terima kasih.</p> <p>Hormat Saya,</p> <p>Vico Putri Nilam Sari</p> <p>201620280211055</p>	
A. IDENTITAS RESPONDEN	
Sebelum menjawab pertanyaan dalam kuisisioner ini, mohon saudara mengisi data berikut:	
Nama	:
Usia	:
Jenis Kelamin	: a. Laki – laki b. Perempuan
Pendidikan Terakhir	: a. SD b. SMP c. SMA d. Diploma e. S1/S2/S3
Pekerjaan	: a. Pegawai Negeri e. Pegawai BUMN/BUMD b. Swasta f. Pensiunan c. Wiraswasta g. Ibu rumah tangga d. TNI/ Polri h. Lainnya
Penghasilan	: a. Kurang dari Rp 500.000 b. Rp 500.000 – Rp 1.000.000 c. Rp 1.000.000 – Rp 5.000.000 d. Rp 5.000.000 – Rp 10.000.000 e. Rp 10.000.000 – Rp 25.000.000 f. Lebih dari Rp 25.000.000
B. PETUNJUK PENGISIAN KUISISIONER	
1. Responden diharapkan membaca terlebih dahulu deskripsi masing – masing pernyataan sebelum memberikan jawaban.	
2. Responden dapat memberikan jawaban dengan memberikan tanda check (✓) pada salah satu pilihan jawaban yang tersedia. Hanya satu jawaban saja yang dimungkinkan untuk setiap pertanyaan.	
3. Pada masing – masing pernyataan terdapat empat jawaban alternatif jawaban yang mengacu pada teknik skala likert, yaitu:	
<ul style="list-style-type: none">• Sangat Setuju (skor 5)• Setuju (skor 4)• Netral (skor 3)• Tidak Setuju (skor 2)• Sangat Tidak Setuju (skor 1)	
4. Data responden dan semua informasi yang diberikan akan dijamin kerahasiaannya, oleh sebab itu dimohon untuk mengisi kuisisioner dengan sebenarnya dan subjektif mungkin.	

1. Kepercayaan (X1)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya percaya petugas di Bank Jatim Syariah Malang melayani dengan tulus hati					
2	Saya percaya petugas di Bank Jatim Syariah Malang peduli dengan kebutuhan saya					
3	Saya percaya petugas Bank Jatim Syariah Malang memberikan informasi produk Deposito Mudharabah dengan jelas dan benar					
4	Saya percaya petugas Bank Jatim Syariah Malang menggunakan akad sesuai dengan syariat Islam					
5	Saya percaya petugas Bank Jatim Syariah Malang memberikan rasa aman dan nyaman selama bertransaksi					

2. Sistem bagi hasil (X2)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya mengharapkan bagi hasil yang tinggi					
2	Saya tidak terlalu memikirkan bagi hasil yang tinggi di Bank Jatim Syariah Malang yang penting dana saya aman					
3	Menurut saya sistem bagi hasil adalah riba					

3. Religiusitas (Z)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya yakin produk Deposito Mudharabah menghindarkan diri dari riba					
2	Saya yakin produk Deposito Mudharabah memberikan keuntungan bagi konsumen					
3	Saya yakin produk Deposito Mudharabah membuat perasaan lebih tenang karena 2,5% dari bagi hasil otomatis didebet untuk zakat					
4	Saya yakin produk Deposito Mudharabah lebih baik daripada deposito bank konvensional					

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
5	Saya yakin dengan menggunakan produk Deposito Mudharabah konsumen ikut berkontribusi dalam perekonomian negara					

4. Keputusan Pemilihan Produk (Y)

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya mantap untuk memilih produk Deposito Mudharabah di Bank Jatim Syariah Malang					
2	Saya lebih memilih produk Deposito Mudharabah di Bank Jatim Syariah Malang daripada di bank lain					
3	Saya tertarik untuk Deposito Mudharabah di Bank Jatim Syariah Malang					
4	Saya terbiasa Deposito Mudharabah di Bank Jatim Syariah Malang					
5	Saya merasa produk Deposito Mudharabah di Bank Jatim Syariah Malang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan saya					
6	Saya merekomendasikan produk Deposito Mudharabah di Bank Jatim Syariah Malang kepada orang lain					
7	Saya akan Deposito Mudharabah di Bank Jatim Syariah Malang lagi					

Lampiran 2. Hasil Olah Data Validitas

Hasil Olah Data Validitas

	kep pemilihan produk	kep> relg > kpp	kepercayaan	religiusitas	sistem bagi hasil	sistem bahas > rel > kpp
kepercayaan * sistem bagi hasil		1.110				
religiusitas * sistem bagi hasil						1.134
x1.1			0.702			
x1.2			0.783			
x1.3			0.757			
x1.4			0.788			
x1.5			0.714			
x2.1					0.763	
x2.2					0.866	
x2.3					0.875	
y1.1	0.722					
y1.2	0.754					
y1.3	0.861					
y1.4	0.761					
y1.5	0.881					
y1.6	0.771					
y1.7	0.886					
z1.1				0.741		
z1.2				0.768		
z1.3				0.736		
z1.4				0.727		

Lampiran 3. Hasil Olah Data Reliabilitas

Hasil Olah Data Reliabilitas

Construct Reliability and Validity

Matrix	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
kep pemilihan produk	0.910	0.919	0.929	0.653
kep> relg > kpp	1.000	1.000	1.000	1.000
kepercayaan	0.806	0.814	0.865	0.562
religiusitas	0.807	0.817	0.865	0.563
sistem bagi hasil	0.785	0.807	0.874	0.699
sistem bahas > rel > kpp	1.000	1.000	1.000	1.000

Lampiran 4. Hasil Olah Data Model T- Value

Model T- Value

Path Coefficients

Mean, STDEV, T-Values, P-Values	Confidence Intervals	Confidence Intervals Bias Corrected	Samples	
	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O /STDEV)
kep> relg > kpp -> kep pemilihan produk	-0.188	-0.194	0.077	2.433
kepercayaan -> kep pemilihan produk	0.291	0.280	0.103	2.818
religiusitas -> kep pemilihan produk	0.416	0.429	0.080	5.226
sistem bagi hasil -> kep pemilihan produk	0.101	0.123	0.093	1.087
sistem bahas > rel > kpp -> kep pemilihan produk	0.131	0.134	0.063	2.075